

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF EKONOMI PADA MAHASISWA

Chandra Kurniawan *)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : 1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi sifat konsumtif pada mahasiswa, 2. Dampak dari sifat konsumtif 3. Bagaimana agar mahasiswa dapat mengurangi sifat konsumtif. Metode yang kita gunakan untuk meneliti masalah ini yaitu dengan menggunakan metode *kualitatif* dengan mensurvey satu persatu mahasiswa yang menjadi obyek kajian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perilaku *konsumtif* mahasiswa. Dari hasil *survey* yang kita lakukan diketahui mahasiswa khusus nya Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Palembang mereka bersifat konsumtif karena di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu 1. Sebagian Mahasiswa ingin tampak berbeda dari yang lain sehingga menjadikan diri nya sebagai trend center di kampus, 2. Kebanggaan karena penampilan dirinya yang selalu menggunakan pakaian ataupun barang-barang yang mewah akan membuat dirinya merasa bangga dan percaya diri, 3. Ikut-ikutan dengan orang lain yaitu selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman, 4. Menarik perhatian orang lain. Perilaku konsumtif menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat *kompulsif* sehingga berdampak secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan *inefisiensi* biaya, sedangkan secara *psikologis* menimbulkan sifat sombong, kecemasan rasa tidak aman dan terjadi kesenjangan social dengan teman saat dia selalu mengikuti trend dan branded. Untuk mengurangi sifat konsumtif ini diperlukan kesadaran dari masing-masing individu untuk mendahulukan kebutuhan dari pada keinginan dan dapat menghemat pengeluaran dan dalam hal ini pula orang tua harus memantau pengeluaran anak misalnya dengan menyuruhnya untuk mencatat setiap pengeluaran agar pengeluaran nya tersebut dapat di pertanggung jawabkan kemudian tidak memenuhi setiap keinginan anaknya untuk bermewah-mewah.

Kata kunci : *konsumtif, kualitatif, survey, kompulsif, inefisiensi.*

Pendahuluan

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing dan kebutuhan itu berusaha ia penuhi dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhan nya secara wajar dan ada juga yang berlebihan. Hal tersebut menyebabkan seseorang untuk bersifat konsumtif. Konsumtif adalah sifat mengkonsumsi, memakai, dan menggunakan sesuatu secara berlebihan atau mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta menghilangkan skala prioritasnya. Mahasiswa / remaja merupakan obyek

yang menarik untuk diminati para ahli pemasaran karna biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang yang bermerk atau yang menjadi trend center di kampusnya agar dianggap tidak ketinggalan zaman.

Seseorang remaja akan cenderung untuk terlibat dalam pertemanan sebaya sebagai kelompok sosial dalam pencarian identitasnya. Sarlito Wirawan S. (2004: 14) menyatakan definisi remaja untuk masyarakat Indonesia dapat menggunakan batasan usia 11-24

*) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UPGRi Palembang

tahun. Mahasiswa merupakan bagian dari remaja, apabila disesuaikan dengan umur remaja masyarakat Indonesia. Mahasiswa merupakan peserta didik yang telah terdaftar di sebuah lembaga pendidikan yang bernama Universitas dan telah memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa yang telah ditetapkan oleh Universitas. Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat pada umumnya atau masyarakat rumah tangga yang memiliki pemenuhan akan kebutuhannya. Kebutuhan mahasiswa terdiri dari alat tulis kerja, buku paket kuliah, transportasi dari rumah ke kampus dan sebaliknya serta alat penunjang lainnya yang menjadi keperluan masa perkuliahan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentu ada pengeluaran yang dilakukan. Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya. Pada umumnya setiap orang khususnya mahasiswa akan melakukan kegiatan konsumsi dan suka terhadap hal-hal yang berbau konsumtif seperti suka berbelanja. Chumidatus Sa'dyah (2007: 61) menyatakan bahwa dalam ilmu ekonomi, yang dimaksud dengan konsumsi adalah kegiatan manusia yang mengurangi atau menghabiskan guna barang atau jasa yang ditunjukkan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapat ini didukung oleh Alam S. (2008: 37) yang menyatakan bahwa kegiatan konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa yang dipakai langsung untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama

membeli itu benar-benar ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Seperti contoh membeli handphone untuk alat komunikasi. Namun yang akan menjadi permasalahan ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut seseorang atau lebih khusus pada mahasiswa mengembangkan perilaku yang mengarah ke pola konsumtif. Anggasari (dalam Hotpascaman 2010:2) "Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan." Pola perilaku konsumtif yang dimaksud yakni adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata. Apabila dikaitkan dengan contoh sebelumnya, membeli handphone untuk komunikasi adalah wajar, namun berbedanya apabila membeli handphone dengan mengikuti trend, trend berganti handphone selalu berganti pula, bahkan memiliki handphone lebih dari dua buah. Sebagai mahasiswa sebaiknya memanfaatkan uang tersebut untuk keperluan yang lebih seperti membeli buku penunjang perkuliahan, mencari bahan referensi dan lain sebagainya. Modernisasi menghadirkan perubahan sosial, meliputi dibidang ilmu pengetahuan, teknologi, filsafat, kesenian, dan hal lainnya. Modernisasi digunakan untuk menunjukkan pada berbagai tahapan perkembangan sosial yang didasarkan pada industrial, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bangsa yang modern, urbanisasi, infrastruktur

atau tata kota dan lain sebagainya. Adanya era modernisasi ini menjadikan tingkat keragaman kebutuhan manusia semakin meningkat. Hal ini menjadi peluang bagi produsen untuk berlomba-lomba memberikan inovasi baru. Produk yang menarik dengan kualitas yang baik menjadi incaran bagi setiap konsumen, sehingga semakin banyak produk-produk maupun jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Keinginan untuk membeli sesuatu ini biasa muncul dikarenakan melihat iklan di televisi dengan rayuan-rayuan iklan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang mengikuti mode yang sedang berkembang, dan seringkali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman. Hal ini sejalan dengan pendapat Sumartono (dalam Hotpascaman 2010: 3) "Seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya" hal ini diperjelas oleh Seiffmann dan Kanuk (dalam Hoitpascaman 2010: 3) "Kelompok referensi merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan, memberi nilai, informasi, dan menyediakan suatu bimbingan ataupun petunjuk untuk melakukan konsumsi." Kelompok referensi dalam hal ini teman sebaya yakni sesama mahasiswa. Kelompok referensi ini sebaiknya saling memberi masukan tentang dunia kampus, saling tukar pikiran mengenai mata kuliah yang diajarkan dan berbagi ilmu pengetahuan. Namun pada kenyataannya mereka saling berlomba menunjukkan hal baru dari mereka, dan berusaha mengejar dari ketinggalan tersebut. Gaya hidup (life style) berbeda dengan cara hidup (way of life). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri seperti

norma, ritual, pola-pola tatanan sosial, dan mungkin juga cara seseorang berbahasa. Sedangkan gaya hidup bisa diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Bagong Suyanto (2013: 139) menyatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup. Gambaran gaya hidup mahasiswa yang diharapkan yakni mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, ketrampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Dengan mengikuti berbagai aktivitas kampus, aktif di kelas, maupun dalam organisasi, dan lain sebagainya. Berpikir secara rasional dengan perkembangan yang ada, tidak memilih serta merta akan kepuasan tapi kebutuhan. Tidak tergoda akan pengaruh yang berkembang diluar sana karena tetap fokus pada masa perkuliahannya. Maksudnya perilaku konsumtif tersebut membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa yang yang mulai terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan

mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, yang seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat kampus dijadikan ajang pamer penampilan dan gaya hidup mereka. Sehingga ketika banyak mahasiswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan kampus semakin tidak jelas. Mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Sebagian mahasiswa lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar. Uang saku mahasiswa lebih dipentingkan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli perlengkapan kampus yang lebih penting sebagai pendukung kuliah. Terkait dengan gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.

Rumusan Masalah

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya ?

Metode Penelitian

Penggunaan penelitian lapangan dengan metode kualitatif dan kuantitatif menimbulkan beberapa perbedaan pendapat, sifat dan karakter masing-masing mahasiswa tetapi secara garis besar kemudian gambarkan perhitungan dari hasil penelitian tersebut dalam bentuk persentase mahasiswa universitas PGRI pendidikan akuntansi memiliki sifat yang konsumtif baik mereka yang mempunyai uang saku yang lebih atau pun tidak, tetapi dalam hal konsumsi yang berlebihan lebih dominan dilakukan oleh mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan karena perempuan memiliki kebutuhan yang amat lebih banyak dari laki-laki mulai dari pakaian, accessories rambut atau yang menggunakan hijab dapat memakai hijab dengan mode yang baru, make up yang digunakan untuk mempercantik wajah, style yang digunakan atau pun barang-barang seperti tas, sepatu, jam tangan, perhiasan dan lain-lain yang ia gunakan untuk mempercantik tampilannya sehingga mahasiswa akan terlihat modis, rapi dan menarik.

Dengan menggunakan metode ini kita sekaligus mengetahui sifat psikologis dari mahasiswa tersebut, metode ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan dapat memberikan respon

kepada responden, atas daftar pertanyaan tersebut. Yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa Universitas PGRI Palembang Pendidikan Akuntansi .

Hasil penelitian dan pembahasan

Faktor-faktor yang memengaruhi konsumtif pada mahasiswa yaitu terbagi menjadi dua:

1. Faktor Objektif, yaitu faktor yang secara umum diakui sebagai faktor yang memengaruhi konsumsi.
 - Harga, Keynes mengatakan bahwa perubahan harga yang cukup besar akan menyebabkan perubahan daya beli masyarakat yang besar pula. Artinya, naik turunnya tingkat harga umum yang cukup besar akan mengubah pendapatan riil dan nilai riil uang yang cukup besar pula
 - Kebijakan Fiskal, Salah satu instrumen kebijakan fiskal yaitu pajak, dimana ini juga sangat berpengaruh terhadap besarnya pendapatan yang digunakan untuk konsumsi. Semakin besar tarif pajak yang berlaku terhadap barang dan jasa, semakin tinggi harga barang tersebut. Artinya, pendapatan riil masyarakat (mahasiswa) menurun, sehingga konsumsi mereka pun menurun.
 - Suku Bunga Menurut Lipsey, Ragan, dan Courant suku bunga adalah harga yang dibayarkan untuk satuan mata uang yang dipinjam pada periode waktu tertentu. Suku bunga itu sendiri ditentukan oleh dua kekuatan, yaitu : penawaran tabungan dan permintaan investasi modal (terutama dari sektor

bisnis). Tabungan adalah selisih antara pendapatan dan konsumsi. Bunga pada dasarnya berperan sebagai pendorong utama agar masyarakat yang dalam hal ini adalah mahasiswa bersedia menabung. Jumlah tabungan akan ditentukan oleh tinggi rendahnya tingkat bunga. Semakin tinggi suku bunga, akan semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menabung, begitu juga sebaliknya, semakin rendah suku bunga akan menurunkan semangat mahasiswa untuk menabung.

2. Faktor Subjektif, yaitu faktor yang berasal dari kondisi yang dialami oleh setiap orang. Sikap hati-hati, yaitu ketika seseorang membelanjakan uangnya, ia hanya akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan. Jadi ia selalu berusaha mengurangi konsumsi dengan menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menghadapi kesulitan-kesulitan yang akan datang. Kekayaan yang dimiliki, yaitu ketika seseorang memiliki kekayaan yang berbeda maka jumlah barang yang akan dikonsumsi pun akan berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian kami adapun faktor - faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif :

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain
Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain, Alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau *limited edition* tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal.

2. Kebanggaan karena penampilan dirinya

Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru.

3. Ikut-ikutan

Ada juga sifat orang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.

4. Menarik perhatian dari orang lain

Ini salah satu factor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang *up to date*. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai

kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing (tersier).

Masalah yang ada dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan Akuntansi. Pengaruh tersebut dapat terlihat dengan cara memberikan masing-masing pilihan dan mengakumulasikan setiap pilihan jawaban tersebut dan menghitungnya kedalam persentase

Pengujian hipotesis menggunakan alat penunjang yaitu kuisioner yang kemudian di akumulasikan menjadi suatu bagan persentase.

Dari hasil penelitian yang kami lakukan, berikut kami buat bagan persentase hasil dari pendapat mahasiswa. Dengan pertanyaan yang kami berikan berikut persentase nya.

Faktor Apa yang mempengaruhi anda bersifat konsumtif ?

| No | Jawaban | Persentase |
|----|--|------------|
| 1 | ingin tampak berbeda dari yang lain | 30% |
| 2 | Kebanggaan karena penampilan dirinya | 15% |
| 3 | Mengikuti Trend | 40% |
| 4 | Agar menarik perhatian dari orang lain | 15% |

Dari 22 orang mahasiswa yang memilih

1. Ingin tampak berbeda dari yang lain sebanyak 6 Orang dari 22 mahasiswa ($22 \text{ orang} \times 30\% = 6 \text{ orang}$)
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya sebanyak 3 Orang dari 22 mahasiswa ($22 \text{ orang} \times 15\% = 3 \text{ orang}$)

3. Mengikuti Trend sebanyak 9 Orang dari 22 mahasiswa ($22 \text{ orang} \times 40\% = 9 \text{ orang}$)

4. Agar menarik perhatian dari orang lain sebanyak 4 orang dari 22 mahasiswa ($22 \text{ orang} \times 15\% = 4 \text{ orang}$)

Kegiatan mengkonsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku konsumtif masyarakat. Perilaku

konsumtif adalah perilaku manusia yang melakukan kegiatan konsumsi yang berlebihan.

Perilaku konsumtif ini bila dilihat dari sisi positif akan memberikan dampak :

1. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.

2. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan, karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
3. Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bila dilihat dari sisi negatifnya, maka perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak:

1. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
2. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.
3. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang

akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang. perilaku konsumtif memang merugikan untuk diri kita namun ada sisi positif juga untuk orang lain, jadi menurut saya berperilaku konsumtif itu harus sesuai dengan keperluan dan kebutuhan.

Cara memaksimalkan nilai guna

Kerumitan yang timbul untuk menentukan susunan/komposisi dan jumlah barang yang akan mewujudkan nilai guna yang memaksimalkan bersumber dari perbedaan harga-harga berbagai barang. Kalau harga setiap barang adalah bersamaan, nilai guna akan mencapai tingkat yang maksimum apabila nilai guna marjinal dari setiap barang adalah sama besarnya. Misalnya seseorang mengkonsumsi tiga macam barang, yaitu sejenis pakaian, sejenis makanan, sejenis hiburan (katakanlah hiburan itu berupa menonton film). Didapatinya bahwa unit pakaian yang ketiga, unit makanan yang kelima, dan menonton film yang kedua memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya. Kalau harga barang ketiga tersebut adalah bersamaan, kepuasan yang maksimum (atau nilai guna yang maksimum) akan diperoleh orang tersebut apabila mengkonsumsi : tiga unit pakaian, lima unit makanan, dan dua kali menonton film.

Di tengah era globalisasi sekarang ini dan ditengah kondisi ekonomi yang tidak stabil mengakibatkan terus melonjaknya harga komoditas bahan pokok saat ini, pengendalian diri sangatlah penting. Segini mungkin hendaknya menghindari pola hidup

konsumtif. Sesungguhnya perilaku hidup konsumtif memiliki banyak dampak negatifnya dari pada dampak positifnya. Dampak negatif dari perilaku pola hidup konsumtif terjadinya pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini, perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya. Dampak lebih parah lagi jika pemenuhannya menggunakan cara yang tidak benar seperti korupsi dan tindak pidana lainnya.

Dewasa ini berbagai macam produk ditawarkan kepada konsumen. Produk-produk ini bukan hanya barang yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang, tetapi terutama produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen. Informasi mengenai produk: baik melalui iklan, promosi langsung maupun penjualan secara langsung berkembang semakin bervariasi, gencar, dan menggunakan teknologi yang mutakhir dan canggih. Kebiasaan dan gaya hidup orang juga berubah dalam jangka waktu yang relatif singkat menuju kearah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan, yang ujung-ujungnya menimbulkan pola hidup konsumtif.

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumtif seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas

ekonomi yang cukup berada, terutama dikota-kota besar, mal sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga mengikuti mode yang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para pelajar tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Alhasil, muncullah perilaku pola konsumtif.

Belanja adalah kata yang sering digunakan sehari-hari dalam konteks perekonomian, baik di dunia usaha maupun di dalam rumah tangga. Namun kata yang sama telah berkembang artinya sebagai suatu cerminan gaya hidup dan rekreasi pada masyarakat kelas ekonomi tertentu. Belanja juga punya arti tersendiri bagi remaja. Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi pula perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. Terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasari pada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros. Perilaku ini dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku ini dapat terjadi pada setiap orang termasuk kaum remaja.

Pola konsumtif remaja, khususnya konsumsi khususnya produk-produk mal yang dapat memuaskan kebutuhan dan dapat memuaskan kesenangan konsumen akhir-akhir ini diperkirakan mengalami peningkatan. Produk-produk yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang contohnya adalah produk makanan seperti McDonald, Kentucky, Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Popeye, A & W. Sedangkan produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen contohnya adalah bioskop 21 dan arena permainan Stingers. Remaja

tertarik mengkonsumsi produk-produk itu karena untuk mengikuti trend anak muda. Oleh karena itu banyak produsen yang meningkatkan produksinya untuk memenuhi segmen pasar remaja.

Pola konsumtif merupakan salah satu bentuk refleksi gaya hidup yang banyak dipengaruhi oleh institusi ekonomi yang semakin canggih dan kompleks. Konsumsi mulai dari kebutuhan hidup yang benar-benar pokok sampai pada hal-hal yang berfungsi semata-mata untuk menambah kenyamanan hidup. Perbedaan status sosial ekonomi membedakan pola konsumsinya meskipun tidak jauh berbeda. Masyarakat dengan status sosial tinggi cenderung berpola konsumsi tinggi yaitu mengkonsumsi produk yang tidak melihat dari manfaatnya tetapi lebih melihat pada modenya. Kesadaran seseorang bahwa ia masuk dalam status yang tinggi, menyebabkan timbulnya keinginan untuk diakui statusnya. Dalam penampilannya sehari-hari, orang-orang yang berkelas sosial tinggi berusaha menampilkan atribut-atribut mewah sebagai simbol untuk menunjukkan status yang mereka miliki.

Hal ini tidak hanya dilakukan oleh mereka yang sudah memiliki penghasilan tetapi juga dilakukan oleh remaja yang belum memiliki penghasilan. Para remaja yang kebanyakan masih berstatus sebagai pelajar secara umum masih menggantungkan hidupnya kepada orang tua mereka sehingga mereka mendapatkan uang dari pemberian orang tua. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan pelajar berpola konsumtif tinggi berasal dari keluarga yang memiliki status sosial menengah ke

atas. Tetapi ada pula pelajar yang dengan kondisi ekonomi yang pas-pasan berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern.

Seiring dengan majunya teknologi bangsa dan era globalisasi yang terus berkembang, remaja Indonesia mau tidak mau mengikuti tren yang ada. Pola pikir tiap individunya pun harus siap untuk menghadapi tantangan global dengan adanya budaya-budaya baru yang masuk ke Indonesia. Globalisasi mengalami percepatan dengan dikembangkannya teknologi terutama teknologi informasi dan komunikasi, teknologi industri dan teknologi transportasi. Kemajuan-kemajuan teknologi itu tidak lepas dari pengamatan para kapitalis yang memang selalu mencari peluang untuk menghasilkan uang tanpa mengenal batas negara, ideologi atau agama, suku bangsa dan budaya, maupun moralitas.

Globalisasi juga membawa pengaruh dalam gaya hidup masyarakat, antara lain kehidupan malam (dunai gemerlap), sex bebas (free sex), design setiap benda modern mengikuti design luar negeri, ramainya konsumsi masyarakat terhadap barang-barang asing seperti, makanan, minuman, fashion, dll. Sedangkan dalam kehidupan sosial, dampak yang ditimbulkan dengan adanya globalisasi adalah meningkat kejahatan internasional, misalnya penyelundupan baik barang terlarang (narkoba dan senjata api) maupun manusia (*human trafficking*) dan masuknya kejahatan terorisme dengan memanfaatkan lingkungan global serta meningkatnya nepotisme. Dengan era globalisasi, persaingan akan semakin ketat dalam masyarakat, khususnya dalam mencari

pekerjaan. Terkadang, orang akan melakukan nepotisme untuk memperoleh suatu pekerjaan.

Mal juga bisa diibaratkan sebagai sebuah jalan, dimana Starbucks, McDonald, Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, dan lain-lain sebagai tempat pemberhentian. Barang-barang konsumen yang bersifat keduniawian dan dibutuhkan sehari-hari kemudian diasosiasikan dengan kemewahan, keindahan, dan romansa kegunaannya menjadi kabur. Barang-barang yang berada dan di beli di mal mempunyai tanda yang lebih dan memberi kebanggaan pada pembeli dan pemakainya. Biasanya, dalam kehidupan sehari-hari, kita menemukan kebanggaan orang yang mengenakan barang yang dibeli di mal. Mal menyediakan gaya dan rasa, dengan memberi tempat bagi kesamaan dan ideologi individual konsumtif.

Menjumpai kaum remaja di mal-mal dan tempat perbelanjaan lainnya sekarang ini bukanlah masalah sulit. Mal kini bukan sekedar tujuan orang berbelanja, namun sarat dengan arena fasilitas hiburan, bahkan menjadi sarana alternatif pengisi waktu luang dikalangan remaja untuk sekedar “cuci mata”, nongkrong dan ngerumpi. Suguhan yang ditawarkan di mal berupa mode fashion, aneka kuliner, aksesoris dan berbagai hiburan cukup menggoda hati setiap pengunjung, khususnya kaum remaja. Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mal sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas

dengan apa yang dimilikinya. Alhasil, muncullah perilaku yang konsumtif.

Salah satu fakta dapat kita lihat salah satu mal di Surabaya, banyak sekali remaja yang berpakaian gaul dan modis dan terkadang cenderung berpakaian minim atau sexy agar menjadi pusat perhatian banyak orang. Seringkali demi mendapatkan pakaian, sepatu dan handphone model terbaru, kaum remaja sudah tidak lagi menghiraukan kondisi perekonomian orang tua mereka. Asalkan bisa terlihat keren atau gaul dan menjadi pusat perhatian, barang-barang tersebut di atas pasti mereka beli walaupun harganya mahal. Makan di McDonald, Kentucky Fried Chicken dan minum di Starbucks menjadi kebanggaan tersendiri bagi remaja-remaja pengunjung mal.

Situasi dan kondisi tersebut membawa pengaruh konsumtif bagi kaum remaja selaku pengunjung. Kaum remaja cenderung digiring menghabiskan uang sakunya untuk melampiaskan keinginannya. Rasa gengsi dan demi penampilan di hadapan rekan-rekannya, membuat mereka terbiasa saling mentraktir, mengadakan pesta ulang tahun atau hura-hura di mal atau cafe. Agar tampak lebih gaul, gaya hidup kaum remaja pun banyak mengadopsi model-model iklan atau pemain sinetron yang sedang trend. Perilaku konsumtif seperti itu sangat rentan bagi kaum remaja untuk terlibat dalam hal-hal negatif. Secara logika, perilaku konsumtif tanpa didukung dana memadai (uang saku) membuat remaja berusaha berbagai cara untuk memenuhi hasratnya.

Dalam hal ini, orang tua dituntut untuk sungguh-sungguh meningkatkan perhatian ekstra terhadap putra/putrinya

yang beranjak remaja. Artinya adalah bahwa sebagai orang tua, orang tua harus menyediakan waktu yang intens untuk mereka, tanpa harus membatasi ruang lingkup mereka. Melihat, memantau, dan memperhatikan ruang gerak mereka dan sejauh mana mereka sudah berkembang. Di sisi-sisi lain, hal penting yang perlu untuk diperhatikan adalah sejauh mana orang tua bekerja sama dengan anak remajanya dalam membuat program khusus untuk pertumbuhan dan perkembangan anak-anak remajanya tersebut. Dalam usaha untuk mengatasi persoalan ini, beberapa “aksi” berikut ini mungkin akan cukup membantu.

Pertama, membiasakan budaya menabung. Sejak usia dini, anak harus dibiasakan rajin menabung dari sisa uang jajannya. Dalam hal ini bukan orang tua yang sengaja menabung atas nama anaknya. Tujuannya adalah agar anak sejak usia dini dapat menghargai betapa susahnyanya berjuang mengumpulkan uang sedikit demi sedikit sehingga ia berpikir ulang ketika akan menggunakan uang tersebut.

Kedua, menanamkan kemandirian sebagai upaya membentuk perilaku produktif. Hal tersebut bisa ditempuh dengan mengembangkan potensi aktual diri, minat, bakat, dan kreativitas. Keterampilan ini dapat menggugah anak remaja berpikir konstruktif dan produktif minimal berguna bagi dirinya sendiri.

Ketiga, mengisi waktu luang dengan kegiatan positif, seperti mengikuti kegiatan ekstrakurikuler, seperti pramuka, olahraga, kursus, dan kegiatan sosial. Biasakan anak aktif membaca dan kursus, sehingga anak remaja tak banyak bergaul dengan hal-hal negatif. *Keempat*, memberikan

pemahaman agar anak remaja bersifat selektif, sehingga bisa membedakan mana kebutuhan urgen atau biasa, barang bermanfaat atau mubazir, memilih teman baik atau jelek. *Kelima*, adanya tata tertib yang tegas dan kontrol dari orang tua dan guru, sehingga anak remaja tidak sesuka hati dalam bertindak (tetap dalam norma).

Kerja keras orang produktif akan menghasilkan potensi diri yang tahan uji, ulet, mampu berkreasi dan inovasi serta mampu mencipta sesuatu untuk orang lain sehingga dapat tercipta generasi tangguh dan mandiri. Sebaliknya anak remaja yang berperilaku konsumtif akan menghasilkan generasi yang mempunyai tabiat selalu menuntut dan meminta, bermental ketergantungan, royal, malas bekerja, dan mudah mengeluh. Dalam hal ini, kita semua turut ambil bagian dalam hidup kaum remaja. Maka, sebagai suatu “gerakan” yang mengarah kepada misi (baik intern maupun ekstren) yang perlu kita laksanakan adalah berpihak atau mengutamakan kaum muda. Berpihak dan mengutamakan kaum muda, khususnya remaja, adalah suatu tugas atau misi baru yang sangat kompleks dewasa ini.

Remaja yang antusias terhadap adanya hal yang baru. Gaya hidup bebas sangat menarik bagi mereka. Daya pikatnya sangat luar biasa, sehingga dalam waktu singkat muncullah fenomena baru akibat paham ini. Fenomena yang muncul, ada kecenderungan untuk lebih memilih hidup enak, mewah, dan serba kecukupan tanpa harus bekerja keras. Titel “remaja yang gaul dan funky” baru melekat bila mampu memenuhi standar trend saat ini. Yaitu minimal harus mempunyai handphone, lalu baju serta

dandanan yang selalu mengikuti mode. Beruntung bagi mereka yang termasuk dalam golongan berduit, sehingga dapat memenuhi semua tuntutan kriteria tersebut.

Remaja mal memperlihatkan tanda, dimana tanda mengaburkan jenis kelaminnya dari apa yang dipakainya. Seorang wanita memakai celana pendek menunjukkan paha putihnya, sedangkan seorang laki-laki menunjukkan apa yang dipakainya sebagai penghalus wajah. Wajah mal sebagai tempat pertunjukkan diri akan tubuh indahnya, wajah lelaki dengan gaya metroseksualnya dan pertunjukkan mode dari Lea, Prada, Nevada, dan lain-lain yang dengan sombong menjahit atau menuliskan logonya pada bagian luar hingga dapat dilihat dan terbaca.

Adapun pertunjukan lain dengan pembelian logo yang bermerek seperti tersebut diatas dan pertunjukan tanda akan makan minum. Mal-mal kini bagaikan kuil dengan segala atributnya, sedangkan barang-barang konsumsi bagaikan patung dewa. Dimana kartu kredit, ATM, atau uang tunai bagaikan bunga dan barang-barang sesajian lain. Mal adalah jalan, ruang pesta yang penuh kegembiraan bagi remaja menunjukkan diri dengan apa yang mereka kenakan, tak peduli dengan rumah yang “tak menarik” atau menu makanan mereka di rumah.

Masyarakat konsumen Indonesia khususnya para remaja, tampaknya tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi transformasi kapitaslime konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan bergaya semacam

shopping mal, industri kuliner, industri mode atau fashion, industri gossip, berdirinya sekolah-sekolah berlabel “plus”, telepon seluler dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke ruang-ruang kita yang paling pribadi dan mungkin ke relung-relung jiwa kita yang paling dalam.

Pada kenyataannya pola kehidupan yang disajikan adalah hidup yang menyenangkan secara individu. Inilah yang senantiasa didorong oleh hedonisme, sebuah konsep yang memandang bahwa tingkah laku manusia adalah mencari kesenangan dalam hidup. Ketika hedonisme sudah menjadi pegangan hidup para muda-mudi, banyak nilai-nilai luhur kemanusiaan para remaja luntur bahkan hilang. Kepekaan sosial mereka terancam tergusur karena mereka selalu mempertimbangkan untung rugi dalam bersosialisasi. Masyarakat terlihat seperti benda mati yang tak berguna bagi mereka kaum remaja. Akibatnya, ketika ada orang yang membutuhkan uluran tangan, mereka menyembunyikan diri dan enggan untuk berkorban.

Daftar pustaka

<http://www.gerbangilmu.com/2014/06/dampak-positif-dan-negatif-perilaku.html>

<http://sweetcandy-just4me.blogspot.com/2010/11/dampak-positif-dan-negatif-dari.html>

sukirno,sudarno,2010,makroekonomi.Jakarta : Pt.Raja gravindo persada